

JARINGAN SOSIAL PEREMPUAN SEBAGAI TENAGA PEMASARAN PRODUK *MAKE UP* DI KOTA TANJUNGPINANG

Oleh:
FIRDAWATI
150569201059

ABSTRAK

Jika dilihat dari data di Kota Tanjungpinang masih sering terlihat adalah SPG *make up*, mereka biasanya di tempatkan di swalayan, toko, dan ada juga yang mempromosikan datang ke tempat keramaian, SPG *make up* ini, mempromosikan berbagai merek *make up*. Fenomena yang terjadi saat ini Para SPG bekerja tidak sendiri melainkan banyak pihak yang bersedia menjadi perantara, seperti teman yang membantu menjualkan dagangannya sampai dengan sesama teman SPG untuk membantu melariskan dagangan mereka agar mencapai target, jika tidak begitu maka para SPG sangat sulit menjual dagangannya dan tidak bisa menjual sesuai target, tidak hanya itu mereka biasanya meminta nomor handphone pelanggan untuk mempromosikan lewat whatsapp jika ada produk terbaru, kemudian membagikan brosur, dan biasanya SPG ini akan menjelaskan secara detail agar konsumen tertarik menggunakan *make up* tersebut, serta memberikan diskon khusus, dan penawaran menarik lainnya. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dimana dalam penelitian ini menggunakan 5 orang informan dan dalam penelitian ini menggunakan teori Fukuyama (2002: 72). Berdasarkan hasil penelitian maka diketahui bahwa jaringan sosial *sales promotion girl make up* di kota Tanjungpinang Kepulauan Riau terbentuk antara spg adalah mayoritas jaringan yang didasarkan atas garis keluarga, teman dan sesama SPG, dimana pada awalnya jaringan yang terbentuk hanyalah jaringan ekonomi yang kemudian meluas ke jaringan sosial yaitu menjalin hubungan baik dengan sesama SPG, mereka bekerja sama satu sama lain dan tidak hanya sekedar dengan orang yang mereka kenal secara langsung untuk memperoleh manfaat timbal balik. Sehingga dengan adanya jaringan dapat membentuk sebuah hubungan sosial walaupun awalnya tidak saling mengenal satu sama lain. Sehingga dengan adanya jaringan sosial dalam kehidupan ekonomi akan menimbulkan adanya keterlekatan perilaku dalam interkasi ataupun hubungan sosial. Jaringan yang berkembang di kelompok pedagang diawali dengan nilai-nilai informan yang berfungsi sebagai aturan-aturan yang harus dipatuhi bersama agar tercapai suatu kerjasama di dalam komunitas tersebut

Kata Kunci : Jaringan Sosial, Perempuan Sebagai Tenaga Pemasaran, *Make Up*

**SOCIAL NETWORK SALES PROMOTION GIRL MAKE UP IN
TANJUNGPINANG CITY, RIAU ISLAND**

**By:
FIRDAWATI
150569201059**

ABSTRACT

If you look at the data in Tanjungpinang City, you can still see make-up SPGs, they are usually placed in supermarkets, shops, and there are also those who promote coming to crowded places. This make-up SPG promotes various make-up brands. The current phenomenon is that SPGs do not work alone, but many parties are willing to become intermediaries, such as friends who help sell their wares to fellow SPGs to help expand their merchandise to reach the target. can sell according to the target, not only that they usually ask for the customer's mobile number to promote via whatsapp if there is a new product, then distribute brochures, and usually this SPG will explain in detail so that consumers are interested in using the make up, as well as giving special discounts and offers other interesting. In this study the authors used a type of qualitative descriptive research where in this study used 5 informants and in this study used the theory of Fukuyama (2002: 72). Based on the results of the research, it is known that the sales promotion girl social network in Tanjungpinang, Riau Islands, was formed between spg, the majority of networks based on family lines, friends and fellow SPGs, where initially the network formed was only an economic network, which then expanded to social networks. namely establishing good relations with fellow SPGs, they cooperate with each other and not just with people they know directly to obtain mutual benefits. So that with the network can form a social relationship even though initially do not know each other. So that the existence of social networks in economic life will lead to behavioral attachments in interactions or social relations. The network that develops in the trader group begins with the values of the informants which function as rules that must be obeyed together in order to achieve a cooperation within the community.

Keywords: Social Network, Women As Marketing Personnel, Make Up